

PENGARUH SUMBER DAYA & FAKTOR PENDUKUNG TERHADAP DAYA TARIK OBJEK WISATA KANDI KOTA SAWAHLUNTO

Kurnia Illahi Manvi

Dosen Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang
Email: *hakymstp3@gmail.com*

Abstract. *Resources factors and attraction or core resources and states in order to attractors event in a tourist destination , includes: physisiography and climate , culture and history , market ties , mix of activities , the tourism suprastructure by factors in support of and resources (supporting factors and states in order to resources event in a tourist destination, includes: infrastructures , accessibility , facilitating resources , hospitality and politic will. The methodology used in this study is descriptive quantitative to see the condition of core resources and attractors and supporting factors in tourist destinations Kandi Tourism Object of Kota Sawahlunto, correlation method to see the relationship between the factor itself and its relationship with tourist destination Object Kandi Kota Sawahlunto regresional method to find out how big the influence of core resources and attractors factors and supporting factors that exist on the tourist attraction in Kandi Sawahlunto Tourism Object. The result of the research is the development of tourism object conducted by the Department of Tourism and Culture of Sawahlunto City in the Tourism Object of Kencana Kota Sawahlunto has started to show good development seen from the course resources and attractors and supporting factors is 51%. Factors that influence the attractiveness tourist destinations Kandi Sawahlunto Tourism Objects are the variables that exist in course resources and attractors and supporting factors are very significant effect on tourist attraction, such as culture and history variables, mix of activity and infrastructure.*

Keyword : *Destination attractiveness*

PENDAHULUAN

Penyelenggaraan kepariwisataan, pada hakekatnya dilakukan atas dasar beberapa hal yang menjadi motivasi dan kebutuhan setiap orang yang melakukan perjalanan. Untuk memenuhi motivasi dan kebutuhan perjalanannya, seseorang akan mendatangi tempat tujuan yang memiliki daya tarik yang ada kaitannya dengan unsur alam dan budaya. Tempat tujuan yang memiliki daya tarik wisata disebut destinasi pariwisata.

Destinasi pariwisata dapat dikembangkan karena memiliki daya tarik wisata yang diartikan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (UU no. 10 /2009 dalam Muljadi, 2009: 207). Keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia merupakan sumber daya yang dijadikan potensi untuk dikembangkan

guna mendukung pariwisata (Pitana dan Diarta, 2009:68).

Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi, dan politik. Hal tersebut sejalan dengan ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang no. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan, dan kemakmuran rakyat, memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan dan mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan serta mendayagunakan objek dan daya tarik wisata di Indonesia.

Taman Satwa Kandi merupakan salah satu destinasi pariwisata unggulan di Sumatera Barat pada umumnya dan Sawahlunto khususnya. Konsep awal perencanaan pembangunan Taman Satwa kandi adalah membuat taman safari mini di kawasan Wisata Kandi melalui kantor pariwisata dan kebudayaan (sekarang Dinas Pariwisata dan Kebudayaan) yang pada saat itu dipimpin oleh Drs Hendri Thalib. Pembangunan ditentukan pada lokasi yang mempunyai aksesibilitas strategis sehingga mudah terjangkau oleh masyarakat. Yang pembangunannya dimulai pada bulan September tahun 2006. Akan tetapi masih rendah respon dari wisatawan dalam mencapai upaya tingkat kepuasan. Karena masih

minimnya kualitas pelayanan yang diharapkan oleh wisatawan.

METODELOGI

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian korelasional yaitu Tujuan penelitian korelasional adalah untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien korelasi (Suryabrata, 2000 : 24).

Tujuan penelitian korelasional adalah untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien korelasi (Suryabrata, 2000 : 24). Hal ini juga sebagaimana diungkapkan (Gay, 1987:14) bahwa penelitian korelasi merupakan salah satu bagian penelitian *expost facto*, karena peneliti tidak memanipulasi keadaan variable yang ada dan langsung mencari kebenaran hubungan dan tingkat hubungan variabel yang direfleksikan dalam koefisien korelasi. Dalam penelitian ini variabel bebas (*independent variable*) yaitu faktor-faktor pendukung dan faktor lingkungan destinasi dan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu daya tarik wisata, kemudian dihubungkan untuk mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

PEMBAHASAN

Produk industri pariwisata adalah semua bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat dimana ia biasa tinggal, selama berada di daerah tujuan

wisata yang dikunjungi, hingga ia kembali ke tempat asalnya semula. Victor T.C Middleton dalam buku *Marketing in Travel and Tourism* memberikan batasan produk industri pariwisata sebagai berikut: *The product may be defined as a bundle or package of tangible and intangible components, based on activity at a destination.*

Taman Satwa Kandi yang terletak di dalam suatu Kawasan Wisata Kandi Kecamatan Talawi, Kota Sawahlunto ini mempunyai beberapa potensi unggulan pariwisata seperti: masih luasnya areal bekas penambangan batu bara yang masih bisa dikembangkan menjadi objek wisata buatan, bisa menjadikan kawasan di sekitar Taman Satwa Kandi ini menjadi *One Stop Destination* dengan melengkapi berbagai sarana dan prasarana wisata di Kawasan Wisata ini, banyaknya produk pariwisata yang terdapat di dalam areal Taman Satwa Kandi yang mendukung keberadaan Taman Satwa Kandi ini sendiri.

Taman Satwa Kandi adalah sebuah obyek wisata yang unik karena pengunjung yang datang di tempat ini bisa menikmati 2 obyek menarik sekaligus. Selain bisa melihat koleksi satwa kebun binatang, di tempat tersebut terdapat juga sebuah danau, yaitu danau Tandike. Taman Satwa Kandi diresmikan pada tanggal 1 Desember 2006 oleh Menteri Kebudayaan dan Pariwisata saat itu, yaitu Ir. Jero Wacik, SE. Sementara ini, Taman Satwa Kandi menempati areal sekitar 5 Ha. Berada dalam wilayah Kawasan Wisata Kandi, yaitu sebuah areal yang mempunyai luas lebih

kurang 337 Ha. Areal bekas penambangan batubara tersebut ditetapkan sebagai kawasan wisata dan olahraga. Kawasan Wisata Kandi berada dalam lingkungan Kecamatan Talawi Kota Sawahlunto, Sumatera Barat.

Beberapa koleksi satwa yang ada di Taman Satwa Kandi diantaranya adalah Gajah Sumatera, Unta, Beruang, Kangguru, Urang utan dan lain-lain. Keunggulan Taman Satwa Kandi ini, selain sebagai tempat berlibur yang nyaman untuk semua anggota keluarga juga buat anak-anak sebagai sarana edukatif. Anak-anak bisa mengenal secara langsung bermacam-macam jenis satwa langka. Bahkan beberapa satwa yang telah jinak dan terlatih, dapat berinteraksi langsung dengan pengunjung. Pengunjung bisa menaiki satwa-satwa tersebut, sebagai contohnya gajah, unta, maupun kuda dengan harga yang relatif terjangkau.

Beberapa produk wisata pendukung yang terdapat di dalam dan di sekitar areal Taman Satwa Kandi adalah sebagai berikut:

1. Sarana Wisata Air

Selain melihat berbagai jenis koleksi satwa yang ada di Taman Satwa Kandi, pengunjung juga mempunyai alternatif lain yang dapat dilakukan, yaitu mencoba sarana wisata air di danau Tandike. Sarana wisata yang disediakan di wisata air antara lain sepeda air, perahu naga, *speed boat*, *banana boat*, bola air dan becak air. Harga sewa sepeda air atau

becak air sebesar Rp. 10.000,-/unit selama 10 menit. Dua jenis sarana wisata air ini dapat dinaiki dengan kapasitas maksimal 2 orang dewasa ditambah 1 (satu) anak usia di bawah 5 (lima) tahun.

2. Aneka Mainan Bermotor

Sirkuit permanen *road race* Kawasan Wisata Kandi, adalah arena lintasan yang disediakan untuk mencoba permainan bermotor. Pengunjung dapat mengendarai gokart dengan kapasitas mesin 200 cc di atas sirkuit sepanjang 1.200 meter dengan lebar 6 (enam) meter. Selain Gokart, disewakan juga *Fun Car* dan ATV (*All Terrain Vehicle*), sejenis kendaraan beroda empat yang didesain untuk menempuh berbagai medan di trek khusus yang disediakan di dalam lintasan sirkuit ini.

3. Sarana dan Prasarana Outbound

Di dalam lingkungan objek wisata Taman Satwa Kandi juga disediakan beberapa sarana *out bound*. Ada 3 (tiga) permainan yang bisa dicoba di alam terbuka, yakni *flying fox*, *paint ball* dan *bungee trampoline*.

Flying Fox; merupakan permainan *outbound* yang cukup digemari bagi pengunjung Taman Satwa Kandi. Kabel lintasan *flying fox* yang mempunyai panjang lebih kurang 110 meter terbentang di atas danau Tandike; dengan

salah satu ujungnya yang diikatkan pada sebuah menara (tower) pada bibir danau, sementara ujung lainnya ditautkan agak lebih rendah pada sebuah penyangga di seberang danau Tandike. Setiap pengunjung yang ingin mencoba diwajibkan memakai *back harness* atau *seat harness* atau semacam tali pengamanan yang terhubung dengan 2 (dua) buah katrol penggerak di kabel. Untuk kembali ke tempat semula, petugas di seberang danau siap mengantar pemakai *Flying Fox* menggunakan *speed boat*.

Permainan *out bound* lain yang bisa dilakukan di kawasan kandi, yaitu menembak dengan peluru mengandung cat (*paint ball*). Permainan ini dimainkan beregu (dua team), pada sebuah areal yang didesain khusus untuk permainan ini, yaitu dengan membuat gorong-gorong dan lubang-lubang buatan, gundukan serta dipasang jaring-jaring pengaman. Tiap wisatawan yang mencoba permainan ini menggunakan *safety set*, yang terdiri dari kacamata khusus yang disebut *google*, berguna untuk melindungi bagian seputar wajah dan kepala; serta rompi pelindung dan baju khas mirip seragam tentara. Kedua *team* bisa melakukan baku tembak terhadap lawan satu sama lain. Selain itu juga terdapat *shooting target* atau menembak target

dengan sasaran tembak berupa 5 buah papan yang berjarak sekitar 10 meter.

Wahana wisata lain dalam permainan *outbound* adalah *Bungee Trampoline*. *Bungee Trampolines* atau dalam Bahasa Indonesia lebih dikenal dengan Banji Trampolin merupakan wahana wisata *outbound* terbaru yang ada di Taman Satwa Kandi yang dilengkapi standar keamanan yang dipastikan aman bagi penggunaannya. Permainan ini dapat dimainkan oleh setiap orang yang mempunyai berat badan antara 20 sampai 90 Kg. Tidak dibutuhkan skill khusus untuk mencoba permainan ini.

Selain sangat mudah dilakukan juga tidak memiliki resiko dikarenakan permainan ini telah didesain sedemikian rupa untuk kenyamanan dan keamanannya. Permainan *Bungee Trampoline* selain dijadikan sebagai aktifitas kesenangan semata, juga dicari para penyuka aktifitas *outdoor* sebagai permainan yang dapat meningkatkan kepercayaan diri.

Sumber daya alam dan budaya yang dimiliki dan dikelola oleh destinasi pariwisata dapat merupakan daya tarik destinasi wisata tersebut. Beberapa faktor yang mempengaruhi daya tarik suatu destinasi pariwisata dan tingkat daya tarik tersebut, dapat digambarkan dalam tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. *Relative importance of general factors influencing the attractiveness of a tourism region*

<i>Factor</i>	<i>Ordinal rank in importance</i>	<i>Average importance on interval scale</i>	<i>Interval order of importance</i>	<i>Overall order of importance: two methods</i>
<i>Natural beauty and climate</i>	1	9.24	1	1
<i>Cultural and social characteristics</i>	2	8.64	2	2
<i>Accessibility of the region</i>	3	7.77	4	3
<i>Attitudes towards tourists</i>	4	8.23	3	3
<i>Infrastructure of the region</i>	5	7.76	5	5
<i>Price levels</i>	6	7.03	6	6
<i>Sport, recreation and educational facilities</i>	7	6.97	7	7
<i>Shopping and commercial facilities</i>	8	4.97	8	8

Ritchie and Zins: 1978 (dalam Crouch and Ritchie, 2003:116)

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas, keindahan alam dan iklim suatu daerah menjadi faktor pertama dari daya tarik destinasi

pariwisata yang kemudian diikuti oleh faktor budaya dan karakteristik sosial masyarakat. Hal ini berarti bahwa sumber daya alam, budaya dan

masyarakat merupakan faktor penting untuk menjadi daya tarik destinasi pariwisata dan didukung oleh faktor-faktor lainnya seperti aksesibilitas, infrastruktur, tingkatan harga, fasilitas rekreasi, olah raga dan pendidikan serta fasilitas usaha dan berbelanja.

Crouch and Ritchie (2003:110) menyatakan bahwa faktor sumber daya dan daya tarik (*Core Resources and Attractors*) dalam upaya menarik kunjungan wisatawan ke suatu destinasi wisata, meliputi:

1) Fisiografi dan Iklim (*Physiography and climate*)

Lansekap, pemandangan alam dan iklim merupakan elemen yang dapat memotivasi wisatawan untuk datang ke suatu destinasi wisata. Iklim dan alam yang ramah merupakan parameter yang mampu membuat suatu destinasi yang kompetitif. Iklim yang nyaman juga merupakan dasar daya tarik bagi sebagian besar wisatawan. Iklim dan fisiography merupakan karakter fisik yang dimiliki oleh suatu destinasi. Elemen iklim dan fisiography diantaranya adalah iklim, topografi, ukuran/luas area, air (danau, sungai dan samudra), hutan, pantai, kawasan pedesaan dan perkotaan, kualitas udara, pemandangan alam, flora dan fauna dan marga satwa (Crouch and Ritchie, 2003:112).

Sebagian besar destinasi wisata yang memiliki iklim yang kondusif cenderung membangun posisi yang kompetitif dengan memanfaatkan keunggulan

alamnya. Ada pula destinasi yang tidak memiliki iklim yang sepenuhnya menguntungkan tetapi memiliki keunggulan dengan pemandangan alam yang indah.

2) Sejarah dan Budaya (*Culture and history*)

Budaya merupakan dimensi yang sangat kuat untuk menarik kunjungan wisatawan. Bentuk atraksi wisata budaya dapat berupa benda-benda peninggalan yang bersejarah, pola hidup masyarakat tradisional dan adat istiadat yang memiliki ciri khas kelompok masyarakat di suatu daerah tertentu. Banyak referensi yang menyatakan bahwa ruang lingkup pariwisata budaya meliputi antara lain: *Historical tourism* (Ashworth & Tunbridge, 1990); *Heritage tourism* (Herbert, 1995) dan *Cultural tourism* (Davies, 1993; Silberberg:1995; Squire, 1994).

3) Faktor Pengikat pasar/motivasi wisatawan (*Market ties*)

Meskipun keindahan dan daya tarik suatu destinasi wisata mengundang wisatawan untuk datang berkunjung, ada pula atraksi yang kurang diminati untuk dikunjungi. Hal ini disebabkan karena dua hal yaitu berhubungan kebutuhan personal dan kebutuhan profesional. Kebutuhan personal lebih mengarah kepada kunjungan yang bersifat kekeluargaan atau pertemanan (*visiting friend and relatives*). Selain itu kegiatan keagamaan dan etnik budaya serta kegiatan olah raga juga mengarah

kepada kebutuhan personal yang mendorong mereka datang ke suatu destinasi wisata, juga dipengaruhi oleh teknologi seperti internet yang memotivasi seseorang melakukan perjalanan dengan didorong informasi melalui internet atau kelompok pengguna internet yang membentuk komunitas. Kebutuhan profesional yang mendorong seseorang melakukan perjalanan adalah karena pekerjaan atau profesi yang digelutinya, seperti dalam kegiatan konferensi, seminar, tugas militer dan tugas belajar.

4) Beragam Kegiatan (*Mix of activities*)

Alasan seseorang berkunjung ke destinasi wisata adalah melakukan suatu kegiatan (*to do things*), berpartisipasi aktif dalam kegiatan yang menyenangkan dan memberikan pengalaman dan kenangan dalam hidupnya. Banyak kegiatan yang dipadukan untuk memberikan kesan destinasi yang atraktif dan kompetitif. Kegiatan/aktivitas yang dilakukan di destinasi wisata dapat berupa aktivitas wisata alam, aktivitas wisata budaya atau aktivitas wisata khusus yang memadukan unsur alam dan budaya.

5) Hiburan (*Entertainment*)

Hiburan dapat merupakan pelengkap atau nilai tambah bagi destinasi pariwisata, akan tetapi di destinasi lain bahkan justru merupakan daya tarik utama.

Kegiatan hiburan di destinasi wisata dapat dilakukan dalam bentuk pagelaran seni dan budaya masyarakat setempat yang memberikan keunggulan dari destinasi tersebut dan ciri khas masyarakat setempat yang sifatnya mampu menghibur dan memberikan pengalaman baru bagi wisatawan.

6) Suprastruktur Pariwisata (*The tourism suprastructure*)

Suprastruktur pariwisata diartikan sebagai bangunan atau fasilitas yang pokok untuk memenuhi kebutuhan dan minat wisatawan. Fasilitas yang dibangun bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, tetapi terkandung makna di dalamnya sebagai daya tarik wisata. Yang termasuk suprastruktur adalah hotel, restoran, pusat informasi, *theme park* dan pusat aktivitas wisata. Pusat aktivitas wisata dilakukan di bangunan tersebut, karena memang atraksinya berada di fasilitas tersebut.

Selain faktor-faktor tersebut di atas, terdapat faktor yang juga penting untuk menjadi daya tarik destinasi pariwisata menurut Crouch and Ritchie (2003:130) yaitu faktor pendukung dan sumber daya (*Supporting factors and Resources*) dalam upaya menarik kunjungan wisatawan ke suatu destinasi wisata, meliputi:

1) Sarana dan Prasarana (*Infrastructures*)

Elemen infrastruktur bisa berupa infrastruktur umum seperti fasilitas di destinasi wisata, system transportasi dan telekomunikasi, pelayanan kesehatan, air bersih, drainase, kesehatan dan pelayanan infrastruktur dasar seperti tempat belanja, kios cinderamata, pom bensin. Kualitas infrastruktur mempengaruhi daya tarik wisata. (Crouch and Ritchie, 2003:132).

2) Aksesibilitas (*accessibility*)

Sebagai faktor pendukung, aksesibilitas berperan penting dalam menentukan daya tarik destinasi pariwisata. Aksesibilitas bisa ditentukan oleh beberapa factor, salah satunya berhubungan dengan formalitas dan ijin masuk ke destinasi pariwisata dan akses ke lokasi mudah ditemukan.

3) Fasilitas Sumber Daya (*Facilitating Resources*)

Tersedianya sumber daya yang berkualitas sangat menentukan daya tarik sebuah destinasi wisata. Kualitas karyawan, pengetahuan dan sumber dana, pendidikan dan lembaga penelitian dan pelayanan publik lain. Kemampuan sumber daya manusia dalam melayani wisatawan akan memberikan pengalaman yang tak terlupakan. Sikap dan sopan

santun karyawan di destinasi wisata juga mempengaruhi daya tarik destinasi wisata.

4) Keramahtamahan (*Hospitality*)

Keramahtamahan dan semangat dalam melayani wisatawan merupakan bagian penting dari semua pengalaman layanan. Keramahtamahan masyarakat sekitar dalam menerima dan menyambut wisatawan adalah faktor pendukung yang didorong oleh nilai-nilai social dan budaya masyarakat setempat. (Crouch and Ritchie, 2003:139).

Pada umumnya wisatawan senang diperlakukan dengan ramah dan bersahabat. Ketika hal ini tidak didapatkan saat kunjungan, persepsi dan tingkat kepuasan wisatawan terhadap destinasi tersebut akan menurun. Keramahtamahan yang ditunjukkan masyarakat setempat terhadap wisatawan memainkan peranan penting pada daya saing destinasi wisata.

Kesiapan destinasi dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan yang berkunjung tergantung kepada kesiapan dalam menyediakan sumber daya manusia yang terampil dan terlatih untuk memberikan pelayanan tersebut. Sumber daya manusia menentukan keberhasilan destinasi dalam memberikan kepuasan kepada wisatawan. Crouch and Ritchie

(2003:20) menegaskan “*The availabilty, skills, costs, work ethics and standard working conditions of a destination’s tourism managers and emplyees are critical in an industry that emphasizes customer services*”. Petugas pelayanan yang sopan, santun, mampu memberikan informasi dan berinteraksi dengan wisatawan secara pro aktif akan memberikan kesan menyenangkan bagi wisatawan yang berkunjung. Sikap siap membantu (*willing to help*)

sangat diharapkan untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang pada akhirnya akan memberikan pengalaman dan kenangan yang indah bagi wisatawan dalam kunjungan wisatanya. Sehingga wisatawan berkenan untuk datang kembali ke objek wisata tersebut dan keinginan untuk merekomendasikan objek tersebut. Pengaruh tersebut dapat dijelaskan dalam analisa regresi berganda pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Ringkasan Hasil Analisa Regresi Berganda.

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Beta	Signifikan
DTW Objek Wisata Kandi (Y)	Physiography and Climate (X ₁)	.212	.268
	Culture And History (X ₂)	.343	.051
	Mix Of Activity (X ₃)	-.274	.144
	Entertainment (X ₄)	.120	.053
	Superstructure (X ₅)	.085	.426
	Marketies (X ₆)	.025	.823
	Infrastructure (X ₇)	-.022	.876
	Accessibility (X ₈)	.220	.149
	FacilitatingResources (X ₉)	.118	.494
	Hospitality (X ₁₀)	-.079	.606
	Konstanta (a)		.268
	F	1.331	0,000
	R		0.504
R ²		0, .254	

Sumber: Data Primer, 2014 dan Lampiran.

Tabel 2 diatas, memperlihatkan bahwa nilai koefisien regresi (beta) untuk masing – masing variabel bebas adalah sebagai berikut :

- a) Nilai koefisien regresi (beta) variabel physiography and climate (X₁) adalah sebesar 0,212 dengan tingkat

- signifikansi sebesar 0,268. Besarnya nilai signifikansi tersebut jauh diatas 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *physiography and climate* (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap daerah tujuan wisata Objek Wisata Kandi. Oleh karena itu hipotesis H_1 penelitian ini yang menyatakan "*physiography and climate berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi*" dinyatakan DITOLAK. Hal ini mungkin disebabkan *physiography and climate* belum dimaksimalkan, sehingga belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi.
- b) Nilai koefisien regresi (beta) variabel *culture and history* (X_2) adalah sebesar 0,343 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,051. Besarnya nilai signifikansi tersebut berada hampir sama 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *culture and history* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap daerah tujuan wisata Objek Wisata Kandi. Oleh karena itu hipotesis H_2 penelitian ini yang menyatakan "*culture and history berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi*" dinyatakan DITERIMA. Hal ini disebabkan sejarah kalau objek Wisata Kandi merupakan Daerah Eks Tambang, Sehingga faktor sejarah berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi tersebut.
- c) Nilai koefisien regresi (beta) variabel *mix of activity* (X_3) adalah sebesar -0,274 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,144. Besarnya nilai signifikansi tersebut berada di diatas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *mix of activity* (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap daerah tujuan wisata Objek Wisata Kandi. Oleh karena itu hipotesis H_3 penelitian ini yang menyatakan "*mix of activity berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi*" dinyatakan DITOLAK. Hal ini disebabkan *mix of activity* yang ada dijalankan sbelum cukup baik, sehingga *mix of activity* belum berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata di Objek Wisata Kandi.
- d) Nilai koefisien regresi (beta) variabel *Entertainment* (X_4) adalah sebesar -0,120 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,053. Besarnya nilai signifikansi tersebut berada di bawah 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Entertainment* (X_4) berpengaruh signifikan terhadap daerah tujuan wisata Kandi. Oleh karena itu hipotesis H_4

- penelitian ini yang menyatakan “Entertainment *berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi*” dinyatakan DITERIMA. Hal ini disebabkan Entertainment yang ada di Kawasan Objek Wisata Kandi terlaksana dengan cukup baik, sehingga Entertainment berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata di Objek Wisata Kandi.
- e) Nilai koefisien regresi (beta) variabel suprastructure (X_5) adalah sebesar 0,085 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,426. Besarnya nilai signifikansi tersebut berada di atas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel suprastructure (X_5) tidak berpengaruh signifikan terhadap daerah tujuan wisata Objek Wisata Kandi. Oleh karena itu hipotesis H_5 penelitian ini yang menyatakan “suprastructure *berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi*” dinyatakan DITOLAK. Hal ini disebabkan suprastructure yang ada di Objek Wisata Kandi berjalan belum cukup baik, sehingga suprastructure belum berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata di Objek Wisata Kandi.
- f) Nilai koefisien regresi (beta) variabel marketies (X_6) adalah sebesar 0,025 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,823. Besarnya nilai signifikansi tersebut berada di atas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel marketies (X_6) berpengaruh signifikan terhadap daerah tujuan wisata Objek Wisata Kandi. Oleh karena itu hipotesis H_6 penelitian ini yang menyatakan “marketies *berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi*” dinyatakan DITOLAK. Hal ini disebabkan marketies yang ada di Objek Wisata Kandi belum cukup baik, sehingga marketies belum berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata di Objek Wisata Kandi.
- g) Nilai koefisien regresi (beta) variabel infrastructure (X_7) adalah sebesar -0,022 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,876. Besarnya nilai signifikansi tersebut berada di atas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel infrastructure (X_7) tidak berpengaruh signifikan terhadap daerah tujuan wisata Objek Wisata Kandi. Oleh karena itu hipotesis H_7 penelitian ini yang menyatakan “infrastructure *signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi*” dinyatakan DITOLAK. Hal ini disebabkan infrastructure yang ada di Objek Wisata Kandi belum cukup baik, sehingga infrastructure belum

- berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata di Objek Wisata Kandi.
- h) Nilai koefisien regresi (beta) variabel *accessibility* (X_8) adalah sebesar 0,220 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,149. Besarnya nilai signifikansi tersebut berada di atas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *accessibility* (X_8) tidak berpengaruh signifikan terhadap daerah tujuan wisata Objek Wisata Kandi. Oleh karena itu hipotesis H_8 penelitian ini yang menyatakan “*accessibility berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi*” dinyatakan DITOLAK. Hal ini disebabkan *accessibility* yang ada di Objek Wisata Kandi berjalan belum cukup baik, sehingga *accessibility* belum berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata di Objek Wisata Kandi.
- i) Nilai koefisien regresi (beta) variabel *facilitating and resources* (X_9) adalah sebesar 0,118 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,494. Besarnya nilai signifikansi tersebut berada di atas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *facilitating and resources* (X_9) tidak berpengaruh signifikan terhadap daerah tujuan wisata Objek Wisata Kandi. Oleh karena itu hipotesis H_9

penelitian ini yang menyatakan “*facilitating and resources berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi*” dinyatakan DITOLAK. Hal ini disebabkan *facilitating and resources* yang ada di Objek Wisata Kandi belum cukup baik, sehingga *facilitating and resources* belum berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata di Objek Wisata Kandi.

- j) Nilai koefisien regresi (beta) variabel *hospitality* (X_{10}) adalah sebesar 0,079 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,606. Besarnya nilai signifikansi tersebut berada di atas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *hospitality* (X_{10}) tidak berpengaruh signifikan terhadap daerah tujuan wisata Objek Wisata Kandi. Oleh karena itu hipotesis H_{10} penelitian ini yang menyatakan “*hospitality berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata Objek Wisata Kandi*” dinyatakan DITOLAK. Hal ini disebabkan *hospitality* yang ada di Objek Wisata Kandi berjalan belum cukup baik, sehingga *hospitality* belum berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata di Objek Wisata Kandi.

Berdasarkan hasil analisa regresi berganda yang diringkas dan disajikan pada tabel 4.20 terlihat besarnya nilai konstanta

(a) adalah 0,268. Sedangkan nilai koefisien regresi (beta) untuk variabel *physiography and climate* (0,0212), *culture and history* (0,343), *mix of activity* (-0,274), *Entertainment* (0,120), *superstructure* (0,085), *marketies* (0,025), *infrastructure* (-0,022), *accessibility* (0,220), *facilitating resources* (0,118), *hospitality* (-0,079). Dengan demikian dapat dikemukakan persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10}$$

$$Y = 0,268 + 0,212X_1 + 0,343X_2 + -0,274X_3 + 0,120X_4 + 0,085X_5 + 0,025X_6 + 0,022X_7 + 0,220X_8 + -0,118X_9 + -0,079X_{10}$$

Dimana :

Y = variabel terikat

a = konstanta

X = variabel bebas

Persamaan regresi berganda di atas secara statistik dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a) Apabila terjadi peningkatan variabel *physiography and climate* sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan daya tarik wisata Objek Wisata Kandi sebesar 0,212satuan.
- b) Apabila terjadi peningkatan *culture and history* sebesar 1

satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan daya tarik wisata Objek Wisata Kandi sebesar 0,343satuan.

- c) Apabila terjadi peningkatan variabel *mix of activity* sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan daya tarik wisata Objek Wisata Kandi-0,274satuan.
- d) Apabila terjadi peningkatan variabel *Entertainment* sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan daya tarik wisata Objek Wisata Kandi sebesar 0,120satuan.
- e) Apabila terjadi peningkatan variabel *superstructure* sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan daya tarik wisata Objek Wisata Kandi0,085satuan.
- f) Apabila terjadi peningkatan variabel *marketies* sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan daya tarik wisata Objek Wisata Kandi sebesar 0,025 satuan.
- g) Apabila terjadi peningkatan variabel *infrastructure* sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan daya tarik wisata Objek Wisata Kandi sebesar 0,022satuan.

- h) Apabila terjadi peningkatan variabel *accessibility* sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan daya tarik wisata Objek Wisata Kandi sebesar -0,220 satuan.
- i) Apabila terjadi peningkatan variabel *facilitating and resources* sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan daya tarik wisata Objek Wisata Kandi sebesar 0,118 satuan.
- j) Apabila terjadi peningkatan variabel *hospitality* sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan daya tarik wisata Objek wisata Kandi sebesar -0,079 satuan.

Disamping itu tabel 2 memperlihatkan bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0,504. Besarnya nilai tersebut dapat diinterpretasikan bahwa variansi daya tarik wisata Objek Wisata Kandi dijelaskan oleh *course resources and attractors* dan *supporting factors* adalah sebesar 25%. Dengan kata lain *course resources and attractors* dan *supporting factors* mempengaruhi daya tarik wisata Objek Wisata Kandi sebesar 25%. Sedangkan sisanya sekitar 75% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini atau variabel –

variabel tersebut diasumsikan konstan.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Dari 50 orang responden, mayoritas dari responden tersebut adalah perempuan (25 orang), sedangkan usia mayoritas dari responden adalah 20-29 tahun (23 orang). Mayoritas dari responden belum menikah (29 orang), berpendidikan Diploma (17 orang), dan bertempat tinggal di Kota Solok (18 orang) serta mayoritas berprofesi sebagai wiraswasta (22 orang).
- b. Semua variabel dalam penelitian ini berkorelasi signifikan pada tingkat 0,01 atau 1%. Yang berarti bahwa antara variabel yang satu dengan yang lainnya memiliki hubungan yang erat.
- c. Variabel-variabel yang ada pada *course resources and attractors* dan *supporting factors* sangat berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata, diantaranya pada *variabel culture and history, mix of activity* dan *infrastructure*.
- d. Dengan kata lain *course resources and attractors* dan *supporting factors* mempengaruhi daya tarik Objek Wisata Kandi sebesar 49%. Sedangkan sisanya sekitar 92%

dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini atau variabel – variabel tersebut diasumsikan konstan.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka saran – saran atau rekomendasi yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

- a. Secara umum, disarankan kepada Pengelola Objek Wisata Kandi untuk meninjau kembali langkah – langkah yang perlu diperbaiki dalam strategi pengembangan course resources and attractors dan supporting factors pada objek wisata Kandi karena melalui penelitian ini dapat diketahui bahwa kegiatan pengembangan course resources and attractors dan supporting factors yang ada masih belum cukup maksimal sehingga belum begitu memberikan pengaruh terhadap daya tarik wisata di Objek Wisata Kandi.
- b. Sehubungan dengan peninjauan kembali langkah – langkah yang perlu diperbaiki dalam strategi pengembangan course resources and attractors dan supporting factors, disarankan kepada Pengelola atau pun manajemen objek wisata kandi untuk lebih memperhatikan kondisi course resources and attractors dan supporting factors yang ada di objek wisata Kandi agar lebih maksimal dan memberikan dampak positif terhadap daerah tujuan wisata Kandi.

- c. Perlu diadakannya penambahan kreatifitas dalam pengembangan daya tarik wisata sebagai langkah dalam memajukan daerah tujuan wisata Kandi.

DAFTAR PUSTAKA

- Damardjati, R. S. *Istilah – istilah Dunia Pariwisata Edisi Revisi*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2001
- Hasan, Iqbal. 2003. *Pokok – Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif) edisi kedua*. Jakarta : Bumi Aksara
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach* New York: Van Nostrand Reinhold.
- Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kusmayadi dan Endar Sugiarto. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fak. Ekonomi UI, 2000.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta : Erlangga
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2000). *The Competitive Destination: A Sustainability Perspective*. *Tourism Management*, 21(1), 1-7.

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. New York, NY: CABI Pub

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta

Sulastiyono, Agus, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Alfabeta, Bandung, 2002

Wiscaksono, Satrio Ary dan Ihalauw, John JOI. 2005. *Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Klien dan Dampaknya pada Preferensi Rekomendasi Klien* "Jurnal Ekonomi Perusahaan, IBII Vol. 12-No. 3, September. Jakarta : Institute Bisnis dan Informatika Indonesia

Yoeti, Oka A, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa, Bandung, 1996

Yoeti, Oka A, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1989

www.wikipedia.com

www.businessball/swot.htm

www.indonesia-tourism.com

<http://vmardiw.files.wordpress.com/2006/12/pengembangan.pdf>

<https://www.google.co.id>

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto